

Katarzyna Nowacka

TURYSTYKA A MIĘDZYNARODOWA INTEGRACJA GOSPODARCZA NA PRZYKŁADZIE UNII EUROPEJSKIEJ

Unia Europejska jest największym rynkiem turystycznym świata – na jej obszarze koncentruje się aż 40,5% międzynarodowego ruchu turystycznego (rys. 1). Turystyka wspólnotowa jest w dużej części wewnątrzwspólnotowa: 87% zarejestrowanego ruchu turystycznego przypada na obywateli unijnych, a pozostałe 13% – na przyjezdnych spoza Unii¹.

Unia Europejska jest nie tylko potęgą gospodarczą i największym rynkiem na świecie, ale także najbardziej zaawansowaną formą integracji gospodarczej. Pojawia się pytanie, czy jednoczenie się krajów Europy Zachodniej wywiera wpływ na rozwój turystyki w tym regionie.

W części pierwszej przedstawiono czynniki wpływające na rozwój ruchu turystycznego. Następnie opisano związki integracji z turystyką na przykładzie Unii Europejskiej.

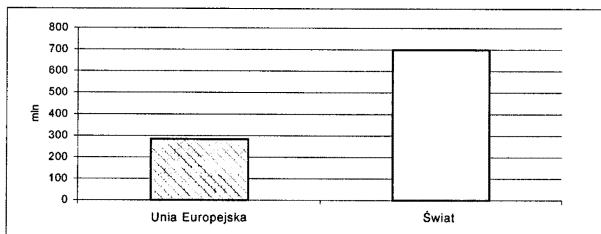
I

Współczesny rynek turystyki międzynarodowej ukształtował się pod wpływem wielu uwarunkowań. Są one bogato opisywane w literaturze przedmiotu² oraz porządkowane według różnorodnych kryteriów. Jedną z klasyfikacji wyszczególnia czynniki, które:

¹ Komisja Wspólnot Europejskich, Bruksela 13.11.2001 COM (2001) 665 final: *Wspólnie pracując dla przyszłości turystyki europejskiej*; www.pot.gov.pl

² Niżej wymienione czynniki zebrano na podstawie: W. Alejzak, *Turystyka w obliczu XXI wieku*, Kraków 1999, s. 78-83; H. Borne, *Organizacja turystyki*, Warszawa 1998, s. 47; R. Łazarek, *Ekonomika turystyki*, Warszawa 1999, s. 69-80.

- 1) ukształtowały popyt na dobra i usługi turystyczne,
- 2) wpłynęły na rozwój podaży turystycznej,
- 3) uwarunkowania związane z polityką turystyczną.



Rys. 1. Przyjazdy turystów zagranicznych w 2000 r.

Źródło: World Tourism Organization (sierpień 2001)

W pierwszej grupie wymienia się następujące uwarunkowania wzrostu światowego popytu na usługi turystyczne, m.in.: wzrost stopy życiowej ludności, wzrost ilości czasu wolnego, czynniki demograficzne (tj.: wzrost liczby ludności, spadek liczby osób w wieku produkcyjnym, na korzyść ludzi w wieku przed i po produkcyjnym i in.), procesy urbanizacyjne, rozwój nauki i oświaty, rozszerzanie się geograficznego zasięgu kontaktów handlowych (co sprzyjało rozwojowi turystyki biznesowej i kongresowej), zmiany w sferze potrzeb, preferencji i motywów uprawiania turystyki, rozwój podaży turystycznej.

W drugiej grupie wyszczególnia się czynniki, które ukształtowały współczesny rynek turystyki międzynarodowej od strony podażowej, czyli: rozwój środków transportu, modernizacja infrastruktury turystycznej, wzrost konkurencji pomiędzy organizatorami obsługi turystycznej, powstawanie nowych ośrodków turystycznych, szybki rozwój różnych dróg informacji (np. prasa turystyczna), ułatwienia w obrocie pieniężnym (czeki, rozwój banków).

W trzeciej grupie zebrano przesłanki natury gospodarczo-politycznej, które zdeterminowały jednocześnie rozwój popytu i podaży turystycznej, a więc: względne ustabilizowanie sytuacji politycznej na świecie (po kryzysie gospodarczym w latach 30., okresie II wojny światowej, a następnie tzw. zimnej wojnie); liberalizacja zasad przekraczania granic w Europie Zachodniej; dostrzeganie coraz większych korzyści ekonomicznych z rozwoju turystyki i związane z tym działania państwa, i in.

Ogólne czynniki rozwoju współczesnej turystyki wymagają rozszerzenia o względy, które trzeba mieć na uwadze, gdy analizujemy konkretny kraj czy region. W tabeli 1 przedstawiono najczęściej wymieniane w literaturze czynniki, które wpływają na wybór konkretnego miejsca wypoczynku. Wśród nich wyszcze-

gólnia się tzw. warunki *sine qua non* rozwoju turystyki w danym regionie, czyli: pokój międzynarodowy, spokój; bezpieczeństwo i stabilizacja; stosunki dobrosąsiedzkie i współpraca międzynarodowa; stały rozwój gospodarczy danego regionu i wzrost zamożności społeczeństwa; postęp techniczny (zwłaszcza rozwój środków komunikacji pasażerskiej); proturystyczna polityka rządów i in³.

Tabela 1. Czynniki wpływające na rozwój ruchu turystycznego

I. Czynniki wpływające na popyt turystyczny	
Czynniki ekonomiczne	<ul style="list-style-type: none"> - ogólny rozwój gospodarczy kraju, - stosunki handlowe, - ceny i kursy walutowe, - miejsce pracy i warunki produkcji, - koszty transportu, - kształtowanie się dochodów realnych
Otoczenie	<ul style="list-style-type: none"> - klimat, - środowisko geograficzne, - ekologia, - urbanizacja, - otoczenie miejsca zamieszkania
Spółeczeństwo	<ul style="list-style-type: none"> - opinie i „normy” społeczne dyktujące zachowanie jednostek, - cechy demograficzne (np. miejsce zamieszkania, zatrudnienie, wykonywany zawód), - płatny wolny czas którym dysponuje społeczeństwo, - poziom wykształcenia społeczeństwa, - struktura zawodowa decydująca o statusie społecznym
Osobowość	<ul style="list-style-type: none"> - niektóre cechy demograficzne (płeć, wiek, stan cywilny i wielkość rodziny) - cechy osobiste np. ciekawość świata, potrzeba podróży, wypoczynku i rekreacji, hobby) - motywy podróży
Państwo	<ul style="list-style-type: none"> - stosunki polityczne, - regulacji rządowe w zakresie ochrony konkurencji, - ochrony prawnej konsumenta, - ochrony środowiska naturalnego, - regulacje podatkowe, - rozwój turystyki socjalnej oraz turystyki dzieci i młodzieży, - polityka turystyczna, - wymagane formalności graniczne, - profesjonalne poparcie turystyki przyjazdowej
Podaż i media	<ul style="list-style-type: none"> - wielkość i struktura podaży (transport, baza noclegowa, organizatorzy podróży, - ceny i ich dostosowanie do różnych grup dochodowych, - środki masowego przekazu
II. Czynniki determinujące podaż turystyczną	
Czynniki ekonomiczne	<ul style="list-style-type: none"> - np. ceny i kursy walutowe, - i in. Ww. czynniki popytowe
Otoczenie	<ul style="list-style-type: none"> - np. klimat, środowisko geograficzne miejsca docelowego, - infrastruktura i usługi miejsca docelowego,

³ Por. R. Łazarek, *Ekonomika turystyki...*, s. 69-70.

	<ul style="list-style-type: none"> - dostępność miejsca docelowego, - i in. ww. czynniki popytowe
Społeczeństwo.	- ww. czynniki popytowe
Konsumenci-nabywcy	<ul style="list-style-type: none"> - motywy i cele podróży, - moda, - udział „turystyki narodowej” oraz zagranicznej turystyki przyjazdowej w popycie turystycznym
Przedsiębiorstwo	<ul style="list-style-type: none"> - udział małych, średnich i dużych firm w podaży turystycznej, - system obciążeń podatkowych, - alternatywne możliwości inwestycyjne, - koszty produkcji, - rynek siły roboczej,
Państwo	<ul style="list-style-type: none"> - międzynarodowe stosunki polityczne i gospodarcze, - programy rozwoju turystyki na szczeblu krajowym, regionalnym i lokalnym, - wykorzystanie instrumentów polityki turystycznej, np. koncesje, subwencje, dotacje, ulgi inwestycyjne, system podatkowy, - wpływ na zagospodarowanie turystyczne (rozwój bazy noclegowej i gastronomicznej, transportu pasażerskiego i działalności biur podróży i in.) - kształcenie zawodowe, - podnoszenie świadomości turystycznej społeczeństwa, - tworzenie i egzekwowanie prawa turystycznego, - a wobec turystyki zagranicznej – dodatkowo – formalności graniczne (przepisy paszportowe, wizowe, celne, dewizowe, sanitarne)

Opracowano na podstawie: R. Łazarek, *Ekonomia turystyki...*, s. 69-80; S. Wodejki, *Ekonomiczne zagadnienia turystyki*, Warszawa 1998, s. 62-70; W. W. Gawronecki, *Turystyka*, Warszawa 2000, s. 165-187; W. Alejzak, *Turystyka w obliczu XXI wieku*, Kraków 1999, s. 114.

Przegląd czynników wpływających na rozmiary międzynarodowego ruchu turystycznego pozwala zauważyć, że o sukcesie danego regionu decydują zarówno uwarunkowania obecne w kraju/regionie recepcji turystycznej, jak i emisji turystycznej oraz na obszarze łączącym kraje emisji i recepcji turystycznej, czyli związane z transportem.

II.

Z punktu widzenia poszukiwań związków między Unią Europejską a rozwojem turystyki w tym regionie można zauważyć, że pewne płaszczyzny rozwoju turystyki wykazują szczególną współzależność z przejawianiem się międzynarodowej integracji gospodarczej. Jest to proces eliminacji granic ekonomicznych między krajami, przez usuwanie ograniczeń w przepływie towarów, usług i czynników wytwórczych oraz tworzenie podobnych warunków konkurencji między krajami⁴.

Artykuł 3u traktatu ustanawiającego Wspólnotę Europejską określa, iż działania wspólnotowe powinny obejmować środki w obszarze turystyki zmierzające do osiągnięcia celów przedstawionych w artykule 2 traktatu. Obejmują one zwłaszcza

⁴ E. Jantoń-Drozdowska, *Regionalna integracja gospodarcza*, Warszawa-Poznań 1998, s. 9.

trwały rozwój i wzrost, zwiększenie zatrudnienia, spójność gospodarcza i społeczną oraz konwergencję wyników gospodarczych, a także poprawę jakości życia i zwiększenie integracji⁹.

Można znaleźć następujące przykłady realizacji celów integracji, sprzyjające rozwojowi turystyki:

- pomoc finansowa dla słabiej rozwiniętych sektorów gospodarczych i regionów udzielana ze środków Funduszy Strukturalnych przeznaczonych na cele związane z turystyką (np. w latach 2000-2006 zaleca się m.in. modernizację infrastruktury turystycznej oraz poprawę kwalifikacji kadr turystycznych⁶). Nakłady przeznaczane na turystykę ze wspólnotowej polityki regionalnej rosną od 1984⁷;
- jednoczenie obywateli Europy, którzy poprzez rozwój turystyki odkrywają, iż łączą ich te same wartości europejskie i wspólne problemy – w związku z czym turystyka korzysta ze źródeł finansowania dotyczących: ochrony dziedzictwa kulturalnego, edukacji a także – ochrony środowiska⁸,
- ochrona interesów konsumentów usług turystycznych⁹,
- wykorzystanie turystyki do osiągania celów polityki wobec przedsiębiorstw¹⁰ – wobec faktu, że w sektorze turystycznym działa ok. 2 mln firm, z czego większość to małe i średnie przedsiębiorstwa (tzw. SME)¹¹,
- wykorzystanie turystyki do osiągania celów związanych ze wzrostem gospodarczym i zatrudnieniem – np. Komunikat Komisji dla Rady, Parlamentu Europejskiego, Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów – Zwiększenie potencjału turystyki w celu zwiększenia zatrudnienia, COM (1999) 205 finał, Dz.U. WE 178-03, z 23.06.1999¹²,
- realizacja polityk wspólnotowych dotyczących m.in. transportu, konkurencji, rynku wewnętrznego, na przykład proces liberalizacji transportu lotniczego¹³,
- zacieśnienie współpracy między państwami członkowskimi UE na podstawie Układu z Schengen, w myśl którego po przekroczeniu granic jednego z sygnatariuszy można podróżować po Europie tak, jak po jednym wielkim kraju¹⁴. W literaturze¹⁵ wymienia się także korzystne przesłanki integracji krajów UE dla dalszego rozwoju turystyki:

⁹ Komisja Wspólnot Europejskich...

⁶ A. Hutyra, *Co czeka przedsiębiorcę po wejściu Polski do Unii Europejskiej?*, Gdańsk, <http://www.pot.gov.pl>.

⁷ W początkowym okresie wspólnotowej polityki regionalnej turystyka odgrywała niewielką rolę. Zainteresowanie turystyką pojawiło się dopiero w 1984. Por. *Gospodarka turystyczna u progu XXI wieku*, red. S. Bosiacki, Poznań 2000, s. 39-41 oraz J. Drużyńska, *Turystyka w UE – szansa na nowe miejsca pracy*, „BOSS” 1999, nr 4, s. 44.

⁸ A. Hutyra, op. cit.

⁹ Szczegółowe akty prawne datowane są od roku 1986 por. H. Zawistowska, *Ochrona prawna konsumenta usług turystycznych w prawie Wspólnotowym*, [w:] *Ochrona interesów konsumentów usług turystycznych w Polsce i w Unii Europejskiej (materiały poseminaryjne)*, Warszawa 2002.

¹⁰ Komisja Wspólnot Europejskich...

¹¹ „Defining, Measuring and Evaluating Carrying Capacity in European Tourism destinations” Athens 2002 <http://europa.eu.int/comm/environment>.

¹² Komisja Wspólnot Europejskich...

¹³ J. Drużyńska, op. cit.

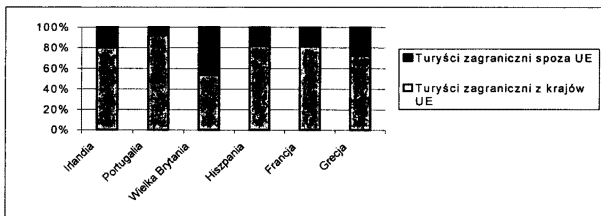
¹⁴ Por. Układ z Schengen, Przedstawicielstwo Komisji Europejskiej w Polsce, www.europa.delpol.pl oraz W. Alejszak, op. cit., s. 194.

¹⁵ Komisja Wspólnot Europejskich...

- uwolnienie usług spod kontroli państwa i rozwój sieci transportowych,
- rosnącą efektywność wspólnego rynku,
- wprowadzenie wspólnej waluty, która eliminuje uciążliwości oraz koszty związane z wymianą walut, zwiększa przejrzystość cen i itd.

III.

Turystyka w Unii Europejskiej jest w dużej części, o czym już wzmiankowano, turystyką wewnątrz wspólnotową. Średnio 87% zarejestrowanego ruchu turystycznego przypada na obywateli unijnych. W poszczególnych krajach członkowskich udział ten może być jeszcze większy (np. w Portugalii wynosił on 92%) lub mniejszy (np. w Wielkiej Brytanii 53%; rys. 2).



Rys. 2. Struktura ruchu turystycznego przyjazdowego w wybranych krajach Unii Europejskiej, tj. w Irlandii, Portugalii i Wielkiej Brytanii w 2001, Hiszpanii w 2000, Francji i Grecji w 1999.

Źródło: TourMIS, <http://tourmis.wu-wien.ac.at>.

Na turystów z krajów członkowskich przypada istotna część rynku turystyki w Unii Europejskiej. Jest to ważna informacja z punktu widzenia poszukiwań związków między jednoczeniem się krajów Europy Zachodniej a turystyką, która pozwoli osiągać cele integracji, takie jak: trwały rozwój, wzrost gospodarczy i zatrudnienie oraz spójność gospodarcza i społeczna.